

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNAAN MEDIA FACEBOOK

Nyimas Sopiah  
Universitas Bina Darma  
Jalan Ahmad Yani No.12 Palembang  
Pos-el: nyimas\_sopiah@mail.binadarma.ac.id

---

**Abstract:** Facebook is one of the social networking site that is very popular in Indonesia. Likewise with Bina Darma University students in particular faculties of Computer Science. Variable interest of students use facebook contained 4 variables, namely Information, Pleasure, Communications and Transactions. The fourth variable is the dependent variable. While independent variable is the attitude of students using Facebook. The purpose of this study was to determine the factors that influence student of Computer Science faculty in using Facebook and whether the interests of surfing usage has an influence on student attitude in using Facebook. Based on the analysis, the variables are based on the first sequence is Pleasure, Communication, Information and Transaction.

**Keywords:** Facebook, Information, Pleasure, Communications, Transactions and Attitude

**Abstrak:** Media facebook merupakan salah satu situs jejaring sosial yang sangat diminati di Indonesia. Begitu juga dengan mahasiswa Universitas Bina Darma khususnya fakultas Ilmu Komputer. Variabel kepentingan mahasiswa menggunakan media facebook terdapat 4 variabel yaitu Informasi, Kesenangan, Komunikasi dan Transaksi. Keempat variabel tersebut merupakan variabel terikat. Sedangkan variabel bebasnya adalah attitude mahasiswa yang menggunakan media facebook. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa fakultas Ilmu Komputer dalam menggunakan media Facebook dan mengetahui apakah kepentingan penggunaan berinternet memiliki pengaruh terhadap attitude mahasiswa dalam menggunakan media Facebook. Berdasarkan hasil analisis, variabel yang berdasarkan urutan pertama adalah Kesenangan, Komunikasi, Informasi dan Transaksi.

**Kata kunci:** Facebook, Informasi, Kesenangan, Komunikasi, Transaksi dan Perilaku.

---

## 1. PENDAHULUAN

Internet merupakan salah satu wadah online yang sangat diminati saat ini. Fasilitas yang dapat digunakan dengan akses internet adalah (Mulyadi, 2008) *Browsing/surfing*, *Email* (*Electronic Mail*), *Mailing List* dan *Inter Relay Chat* (*Chatting*).

Situs jaringan sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk 1) membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem dibatasi, 2) mengartikulasikan daftar pengguna lain dengan siapa mereka berbagi sambungan, dan 3) melihat dan melintasi daftar mereka koneksi dan yang

dibuat oleh orang lain dalam sistem. Sifat dan tata nama koneksi ini dapat bervariasi dari situs ke situs (Boyd dan Ellison, 2007).

*Theory of Reasoned Action* menjelaskan rencana dari tindakan atau *behavior* seseorang yang dipengaruhi oleh niat atau *intention* untuk melakukan tindakan tersebut, dan niat atau *intention* ini dipengaruhi oleh *attitude* dan *subjective norm* dari orang tersebut (Teo dan Pok, 2003). *Attitude* adalah perasaan negatif atau positif seseorang terhadap tindakan tertentu (Davis, 1989). Sedangkan *subjective norm* diartikan sebagai persepsi seseorang bahwa sebagian besar dari orang yang penting baginya, berpikir bahwa sebaiknya melakukan atau tidak

melakukan tindakan tertentu (Dillon dan Moris, 1996).

Universitas Bina Darma (UBD) merupakan salah satu universitas yang mempunyai misi yaitu menjadi universitas berstandar internasional berbasis teknologi informasi pada tahun 2025. Sudah kurang lebih 4 tahun yang lalu UBD memfasilitasi mahasiswa untuk bisa menggunakan media *wireless* di dalam mengakses internet. Media ini sudah sering digunakan mahasiswa di area kampus, baik di lingkungan kelas, maupun lingkungan luar kelas di sekitar UBD. Tidak hanya fasilitas belajar (*e-learning*, web akademik dan lain-lain) yang digunakan mahasiswa untuk berinternet, tetapi juga situs jejaring sosial. Media internet yang banyak digunakan saat ini di UBD adalah situs jejaring sosial *Facebook*. *Facebook* merupakan media yang sangat populer di kalangan mahasiswa saat ini. Dampak penggunaannya belum dapat diketahui seberapa besar baik dan buruknya terhadap prestasi mahasiswa jurusan Ilmu Komputer.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa fakultas Ilmu Komputer dalam menggunakan media *Facebook*; 2) Mengetahui apakah kepentingan penggunaan berinternet memiliki pengaruh terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan media *Facebook*.

Manfaat bagi universitas adalah menjadi masukan sejauh mana pengaruh penggunaan media *Facebook* bagi mahasiswa fakultas Ilmu Komputer UBD dan menjadi bahan kepustakaan dan ilmu pengetahuan. Sedangkan manfaat bagi penulis adalah dapat menambah wawasan dan

mencari alternatif pemecahan masalah yang berhubungan dengan pengaruh media *Facebook* terhadap prestasi belajar mahasiswa.

## **2. METODOLOGI PENELITIAN**

### **2.1 Tipe (Desain Penelitian)**

Penelitian ini dirancang dalam bentuk penelitian deskriptif. Untuk mendeskripsikan setiap variabel dan mencari korelasi serta pengaruh-pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, desain penelitiannya harus disesuaikan. Desain penelitian yang akan digunakan adalah desain kausal yang bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Buente dan Robbin (2008) mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas internet menjadi empat dimensi kepentingan penggunaan internet. Dimensi-dimensi (sebagai variabel bebas) ini adalah informasi (X1), kesenangan (X2), komunikasi (X3), dan transaksi (X4). Sedangkan variabel terikat adalah perilaku (Y).

### **2.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini adalah Universitas Bina Darma yang berada di jalan Ahmad Yani No.12 Palembang.

### **2.3 Populasi dan Sampel**

Populasi dan sampel dalam penelitian ini berasal dari populasi mahasiswa fakultas Ilmu

Komputer yang masih aktif. Jumlah sampelnya menggunakan metode Slovin, dengan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2} = \frac{8000}{1 + 8000(0,05)^2} = 380,95 \dots (1)$$

Dari rumus di atas, maka dapat disimpulkan sampelnya terdiri dari 381 mahasiswa. Data yang terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis dengan menggunakan paket SPSS (*Statistical Products and Service Solution*) versi 12.

## 2.4 Definisi Operasional

Tiap-tiap variabel penelitian didefinisikan, dioperasionalkan dan diukur skalanya. Untuk variabel bebas yaitu informasi (X1) terdiri dari 3 dimensi yaitu waktu (*online* menggunakan media *facebook* digunakan untuk mengakses berita/informasi, berita/informasi/status dari *facebook* dapat di-download dengan mudah). Ukurannya yaitu tingkat kegunaan dan skalanya menggunakan skala interval. Dimensi yang kedua adalah Isi (berita/informasi/status di *facebook* relevan dengan kepentinganku, berita/informasi/status di *facebook* membuat informasi yang diterima *up-to-date*). Ukurannya yaitu tingkat kepentingan dan skalanya menggunakan skala interval. Dimensi yang ketiga adalah bentuk (tampilan di *facebook* dapat dilihat dengan jelas, tampilan di *facebook* sangat menarik, dan tampilan di *facebook* dapat diubah setiap waktu). Ukurannya yaitu tingkat kecepatan dan skalanya menggunakan skala interval.

Variabel bebas yang kedua yaitu kesenangan (X2) mempunyai indikator *online* internet di *facebook* digunakan untuk chatting, *online* di *facebook* digunakan untuk melihat

status orang lain dan *online* di *facebook* digunakan untuk membuat status yang *happy*. Ukurannya yaitu tingkat kepentingan dan skalanya menggunakan skala interval.

Variabel bebas ketiga yaitu komunikasi (X3) mempunyai indikator *online* di *facebook* digunakan untuk berkirim informasi melalui status, *online* di *facebook* digunakan untuk berkirim informasi melalui pesan. Ukurannya yaitu tingkat kepentingan dan skalanya menggunakan skala interval.

Variabel bebas keempat yaitu transaksi (X4) mempunyai indikator *online* di *facebook* digunakan untuk membeli produk secara *online* dan *online* internet di *facebook* digunakan untuk menjual produk secara *online*. Ukurannya yaitu tingkat kepentingan dan skalanya menggunakan skala interval.

Sedangkan variabel terikat yaitu perilaku/*attitude* (Y) mempunyai indikator *online* di *facebook* membuat saya selalu berpikiran positif dan *online* di *facebook* membuat saya selalu berpikiran negatif. Ukurannya yaitu tingkat kepuasan dan skalanya menggunakan skala interval.

## 2.5 Instrumen Penelitian

Penarikan sampel yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan jawaban yang tersedia berupa angka-angka interval dari 1 sampai 5. Kuesioner tersebut diuji coba kepada 381 responden yang terdiri dari program studi program studi Sistem Informasi (100 mahasiswa), Teknik Informatika (100 mahasiswa), Manajemen Informatika (81 mahasiswa), Komputersasi Akuntansi (50

mahasiswa) dan Teknik Komputer (50 mahasiswa). Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan teknik *Cronbach's Alpha* melalui program SPSS.

## 2.6 Sumber (Jenis) Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari orang dan benda. Orang yang dimaksud merupakan informan yang digunakan sebagai subjek untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan peneliti, sedangkan benda merupakan sumber data dalam bentuk dokumen seperti artikel dalam jurnal, buku referensi dan berita yang mendukung tercapainya tujuan penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer yang mengisi jawaban dari kuesioner yang diberikan.

Dalam analisis data, penelitian tentang Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Media *Facebook* ini ditunjang oleh data sekunder, yaitu hasil analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dominan dalam menggunakan media *Facebook*.

## 2.7 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer, dengan cara mengambil sampel menggunakan kuisisioner. Sumber data yang digunakan adalah data diambil

dari mahasiswa fakultas Ilmu Komputer. Jenis datanya yaitu data primer dengan skala interval.

## 2.8 Teknik Analisis Data

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan dua macam pengujian (Umar, 2003), yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji kesungguhan jawaban responden. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistik dengan menggunakan metode *Regresi Linier* Berganda, karena variabel independen yang digunakan lebih dari satu variable. Dari hasil hipotesis menggunakan regresi linier berganda ada 2 (dua) persyaratan uji analisis yang dilakukan yaitu uji normalitas dan uji heterokedastisitas.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 229 mahasiswa laki-laki dan 152 mahasiswa perempuan. Sedangkan berdasarkan program studi, di mana terdiri dari 100 mahasiswa untuk program studi Teknik Informatika, 100 mahasiswa untuk program studi Sistem Informasi, 81 mahasiswa untuk program studi Manajemen Informatika, 50 mahasiswa untuk program studi Komputerisasi Akuntansi dan 50 mahasiswa untuk program studi Teknik Informatika.

### 3.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan jenis kelamin, penelitian ini dapat dilihat spesifikasinya berdasarkan jumlah, di mana terdiri dari 229 mahasiswa laki-laki dan 152 mahasiswa perempuan.

Penelitian ini dapat dilihat spesifikasinya berdasarkan program studi, di mana terdiri dari 100 mahasiswa untuk program studi Teknik Informatika, 100 mahasiswa untuk program studi Sistem Informasi, 81 mahasiswa untuk program studi Manajemen Informatika, 50 mahasiswa untuk program studi Komputerisasi Akuntansi dan 50 mahasiswa untuk program studi Teknik Informatika.

### 3.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 381 mahasiswa yang terdiri dari 5 program studi yaitu Teknik Informatika, Sistem Informasi, Manajemen Informatika, Komputerisasi Akuntansi dan Teknik Informatika. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah semua instrumen dari komponen pengguna *Facebook* yang terdiri dari 4 variabel yaitu informasi (X1), kesenangan (X2), komunikasi (X3) dan transaksi (X4). Untuk variabel informasi terdiri 3 dimensi yaitu waktu, isi dan bentuk. Variabel bebas informasi (X1) terdiri dari 7 item pertanyaan, di mana dimensi waktu 2 item pertanyaan, dimensi isi 2 item pertanyaan dan dimensi bentuk 3 item pertanyaan. Variabel bebas kesenangan (X2) terdiri dari 3 item pertanyaan. Variabel bebas komunikasi (X3) terdiri dari 2 item pertanyaan.

Variabel bebas transaksi (X4) terdiri dari 2 item pertanyaan.

Variabel terikat pada penelitian ini adalah *attitude*/perilaku mahasiswa yang terdiri 2 item pertanyaan. Untuk menganalisis variabel-variabel tersebut diambil dari skor rata-rata jumlah skor dari komponen masing-masing variabel kemudian membuat interval untuk masing-masing nilai pada setiap variabel.

Variabel-variabel tersebut kemudian dianalisis dan diambil dari skor rata-rata jumlah skor dari komponen masing-masing variabel kemudian membuat interval untuk masing-masing nilai pada setiap variabel.

Variabel bebas yang pertama adalah Informasi (X1). Variabel ini mendapatkan jawaban merasa setuju yaitu sebanyak 60% yang juga merupakan jawaban yang tertinggi. Sedangkan jawaban tertinggi kedua yaitu 20% responden merasa ragu-ragu. Variabel bebas yang kedua yaitu kesenangan (X2). Variabel ini mendapatkan jawaban tertinggi merasa setuju sebanyak 70% dan 18% merasa tidak setuju. Berikutnya adalah variabel ketiga yaitu komunikasi (X3). Variabel ini mendapatkan jawaban tertinggi adalah merasa sangat setuju sebanyak 40%. Jawaban tertinggi kedua adalah 32% responden yang merasa setuju. Sedangkan variabel bebas yang keempat adalah variabel transaksi (X4). Pada variabel ini jawaban tertinggi adalah setuju yang mendapat persentase sebesar 31% dan 30% responden merasa sangat setuju..

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku (*attitude*). Jawaban merasa ragu-ragu pada variabel ini sebesar 45%, yang juga merupakan jawaban tertinggi.

### 3.4 Analisis Statistik Induktif/Infrensial

#### 3.4.1 Analisis Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

Kueisioner yang peneliti gunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini diuji tingkat validitasnya dengan mengacu pada nilai r-tabel, dimana nilai kolerasi yang akan digunakan untuk mengukur validitas (r bt) harus positif atau lebih besar. Dalam penelitian ini  $N = 381$ , maka r-Tabel dengan taraf signifikan 5% adalah 0.098.

Untuk varibel bebas informasi (X1), sebanyak 6 pertanyaan dapat dinyatakan valid. Variabel bebas yang kedua kesenangan (X2) sebanyak 2 pertanyaan dapat dinyatakan valid. Variabel bebas yang ketiga komunikasi (X3), semua item pertanyaan untuk variabel X3 dapat dinyatakan valid. Variabel bebas yang keempat transaksi (X4), semua item pertanyaan untuk variabel X4 dapat dinyatakan valid. Begitu juga dengan variabel terikat perilaku (*attitude*) yang dinyatakan valid.

#### 3.4.2 Reliabilitas Alat Ukur

Koefisien alpha atau *Cronbach's Alpha* digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat reliabilitas atau konsistensi internal di antara butir-butir pertanyaan dalam suatu instrument. Item pengukuran dikatakan *reliable* jika memiliki nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,6 (Malhotra:2002). Nilai reliabilitas konsistensi internal ditunjukkan dalam tabel di bawah ini, untuk koefisien alfa masing-masing variabel dalam setiap variabel dan dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6. Dengan demikian item pengukuran pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel dan selanjutnya

dapat digunakan dalam penelitian. Sedangkan untuk pengujian reliabilitas menggunakan uji *alpha cronbach*. Uji ini sangat sesuai untuk pengujian yang menggunakan teknik *one shot technique*. Indikator variabel dinyatakan *reliable* jika nilai signifikansi alpha lebih kecil dari 0,05.

**Tabel 1. Rekapitulasi Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha > 0,6	Keterangan
Informasi	0.787	Realible
Kesenangan	0.885	Realible
Komunikasi	0.751	Realible
Transaksi	0.830	Realible
<i>Attitude</i>	0.765	Realible

Sumber: Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

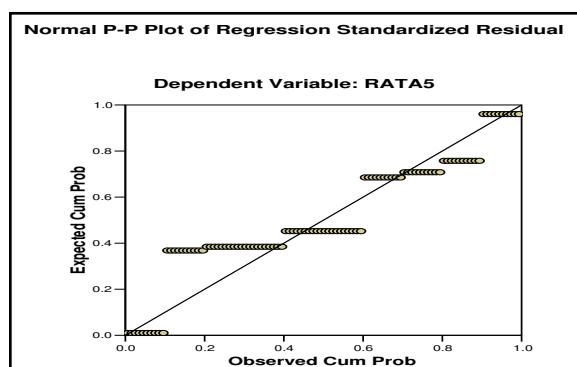
Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* dari semua variabel > 0,6 maka dinyatakan *reliable*.

### 3.5 Uji Persyaratan Analisis Regresi Berganda

Dalam regresi linear berganda terdapat 3 (tiga) persyaratan uji analisis regresi berganda yang harus dipenuhi yaitu uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji regresi linier berganda.

#### 3.5.1 Hasil Uji Normalitas

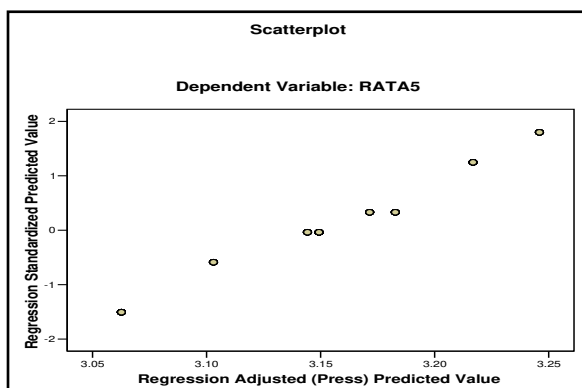
Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal dalam suatu model regresi dapat dilihat pada grafik normal P-P plot, dimana bila titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.



**Gambar 1. Grafik Uji Normalitas Variabel**

### 3.5.2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain dengan dasar pengambilan keputusan. Gambar berikut menunjukkan bahwa pada grafik scatterplot terlihat titik-titik yang menyebar secara acak dan data menyebar dengan baik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.



**Gambar 2. Uji Heterokedastisitas Variabel**

### 3.5.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan data dengan SPSS memperlihatkan hasil uji regresi linier berganda sebagai berikut:

**Tabel 2. Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Variabel	B	Beta	T hitung	Tingkat Sig	Ket.
Konstanta	1.047		2.354	0.021	Berpengaruh terhadap model regresi
Informasi	0.222	0.298	1.990	0.043	Signifikan
Kesenangan	0.236	0.337	1.387	0.020	Signifikan
Komunikasi	0.240	0.291	1.376	0.039	Signifikan
Transaksi	0.271	0.268	2.090	0.049	Signifikan
F hitung	13.984				
Signifikasi	0.000				
R	0.551				
R <sup>2</sup>	0.304				

Sumber: Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

### 3.6 Koefisien Determinasi Berganda dan Koefisien Korelasi Berganda

Nilai koefisien penentu (determinasi) yang ditunjukkan oleh besarnya  $R^2 = 0.304$  menyatakan bahwa pada tingkat  $\alpha = 0.05$  pengaruh variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap penggunaan media *Facebook* adalah cukup kuat dan signifikan karena angka tersebut positif dan jauh di atas 0.05. Hal ini juga menggambarkan bahwa 30.4 % variasi attitude mahasiswa dapat dijelaskan oleh variasi variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi*, sedangkan sisanya sebesar 69.6 % dijelaskan oleh variabel lainnya.

Koefisien korelasi berganda ( $R$ ) = 0.551 menunjukkan adanya hubungan secara bersama-sama yang cukup kuat antara variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap variabel attitude mahasiswa.

### 3.7 Pembuktian Hipotesis

Dengan mengambil taraf signifikan sebesar 5% maka dengan tingkat signifikan

sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya dapat disimpulkan bahwa ada hubungan secara linear antara *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan media *Facebook*. Hal ini berarti variasi dari model regresi berhasil menerangkan pengaruh variasi variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* secara keseluruhan terhadap *attitude* mahasiswa.

Pembuktian hipotesis kedua (uji t) variabel bebas informasi (X1), kesenangan (X2), komunikasi (X3) dan transaksi (X4) menyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari informasi (X1), kesenangan (X2), komunikasi (X3) dan transaksi (X4) secara parsial terhadap variabel *attitude* mahasiswa.

### **3.8 Kepentingan Mahasiswa Menggunakan Media Facebook Berdasarkan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil keseluruhan analisis statistik korelasional tersebut di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara *Informasi* (X1), *Kesenangan* (X2), *Komunikasi* (X3) dan *Transaksi* (X4) terhadap variabel *attitude* Mahasiswa (Y).

Nilai t hitung *Informasi* (X1) sebesar 1.990 dengan tingkat signifikan sebesar 0.049 ( $p < 0,05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Informasi* terhadap *attitude* mahasiswa.

Nilai t hitung *Kesenangan* (X2) sebesar 1.387 dengan tingkat signifikan sebesar 0.020 ( $p < 0,05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Kesenangan* terhadap *attitude* mahasiswa.

Nilai t hitung *Komunikasi* (X3) sebesar 1.376 dengan tingkat signifikan sebesar 0.043 ( $p < 0,05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Komunikasi* terhadap *attitude* mahasiswa.

Nilai t hitung *Transaksi* (X4) sebesar 2.090 dengan tingkat signifikan sebesar 0.039 ( $p < 0,05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Transaksi* terhadap *attitude* mahasiswa.

Dengan mengambil taraf signifikan sebesar 5% maka dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya dapat disimpulkan bahwa ada hubungan secara linear antara *Informasi* (X1), *Kesenangan* (X2), *Komunikasi* (X3) dan *Transaksi* (X4) terhadap variabel *attitude* Mahasiswa (Y).

Berdasarkan hasil keseluruhan analisis statistik korelasional tersebut di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara *Informasi* (X1), *Kesenangan* (X2), *Komunikasi* (X3) dan *Transaksi* (X4) terhadap variabel *attitude* Mahasiswa (Y).



### 3.9 Kepentingan Pengguna Media Facebook Berdasarkan Attitude Mahasiswa

*Attitude* mahasiswa merupakan salah satu suatu faktor yang menentukan mahasiswa dalam menggunakan media *facebook*. Untuk menentukan *attitude* mahasiswa dapat diukur dari kepentingan mahasiswa menggunakan media *facebook* yang terdiri dari 4 variabel yaitu informasi, kesenangan, komunikasi dan transaksi.

Variabel bebas pertama adalah informasi, yang merupakan salah satu faktor yang digunakan mahasiswa menggunakan media *facebook*. Informasi yang ditampilkan di media *facebook* dapat berupa status dari pertemanan, berita dari website, atau dapat juga berupa video. Mahasiswa tidak hanya mengakses informasi pada media *facebook*, tetapi juga dapat mendownload informasi tersebut. Informasi yang didapatkan juga berguna dan dapat dengan jelas mereka lihat di media *facebook*. Begitu juga dengan informasi yang *up to date*, berita yang ditampilkan lewat pertemanan melalui media *facebook* membuat mahasiswa dapat mengetahui berita-berita yang ada dapat dilihat secara *up to date*. Begitu juga dengan informasi dibuat sendiri oleh mahasiswa. Teman-teman mereka juga dapat mengakses berita tersebut. Variabel informasi merupakan variabel ketiga yang diminati mahasiswa untuk menggunakan media *facebook*.

Variabel bebas kedua adalah kesenangan yang merupakan salah satu faktor yang menentukan di dalam menggunakan media

*facebook*. Contoh kesenangan ini sendiri adalah untuk membuat status sendiri, melihat status teman, dan bermain games. Variabel kesenangan merupakan variabel pertama yang diminati mahasiswa untuk menggunakan media *facebook*.

Variabel komunikasi merupakan salah satu faktor yang menentukan di dalam menggunakan media *Facebook*. Mahasiswa dapat berkomunikasi melalui media chatting dan mengirimkan pesan (*message*) di *facebook*. Artinya bahwa komunikasi juga merupakan salah satu faktor yang menentukan mahasiswa di dalam menggunakan media *facebook*. Variabel komunikasi merupakan variabel kedua yang diminati mahasiswa untuk menggunakan media *facebook*.

Variabel transaksi merupakan salah satu faktor yang menentukan di dalam menggunakan media *facebook*. Mahasiswa dapat melakukan pembelian dan penjualan produk secara online melalui media *Facebook* ini. Artinya bahwa komunikasi juga merupakan salah satu faktor yang menentukan mahasiswa di dalam menggunakan media *facebook*. Variabel transaksi merupakan variabel keempat yang diminati mahasiswa untuk menggunakan media *facebook*.

## 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan serta sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian, maka diambil kesimpulan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan nilai *t* hitung dan tingkat signifikan kepentingan pengguna media *facebook* yaitu *Informasi, Kesenangan,*

*Komunikasi dan Transaksi* yang diperoleh menunjukkan bahwa memang ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan media *facebook*.

- 2) Berdasarkan nilai *f* hitung dan tingkat signifikan masing-masing variabel, yang mendapatkan urutan pertama adalah variabel kesenangan, kedua adalah komunikasi, ketiga adalah informasi dan terakhir adalah transaksi.

Mulyadi. 2008. *Pengertian, Manfaat dan Fasilitas Internet*, (Online), (<http://pakmulkom.blogdetik.com/2008/09/11/1-pengertian-manfaat-dan-fasilitas-internet/>), diakses tanggal 10 Januari 2011).

Teo, T.S.H, dan Pok, S.H. 2003. Adoption of WAP-enabled mobile phones among Internet User. *Elsevier Ltd*, (Online), ([http://www.bschoo1.nus.edu.sg/staff/bizteosh/TeoPokOmega2003 WAP.pdf](http://www.bschoo1.nus.edu.sg/staff/bizteosh/TeoPokOmega2003%20WAP.pdf)), diakses tanggal 10 Januari 2011).

Umar, Husein. 2003. *Metode Riset akuntansi Terapan*. Jakarta. Ghalia Indonesia.

## DAFTAR RUJUKAN

Buente, Wayne dan Alice Robbin. 2008. *Trends in Internet Information Behavior: 2000-2004*. Journal of the American Society for Information Science, (Online), (<http://eprints.rclis.org/13679/1/RobbinTrends-2008Jun2-EntirePaper.pdf>), diakses tanggal 12 Maret 2010).

Boyd, D. M., dan Ellison, N. B. 2007. *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11, (Online), (<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>), diakses tanggal 12 Maret 2011).

Davis, F.D., Bagozi, R.P., Warshaw, P.R. 1989. *Management Science*. Vol 35 No.8, (Online), (<http://areadocenti.eco.unicans.it/virili/OSI/Davis>), diakses tanggal 10 Januari 2011).

Dillon, A., dan Morris. M. 1996. *Power, Perception and Performance: From Usability Engineering to Technology Acceptance with the P3 Model of User Response*. Journal Electronic Commerce Research, (Online), (<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.2.486danrep=rep1dantype=pdf>), diakses tanggal 10 Januari 2011).